

出雲商工会議所 経営発達支援計画 平成29年度実績

当所では、需要開拓や経営承継等の小規模事業者の課題に対し、事業計画の策定や着実な実施等を事業者に寄り添って支援を行う計画である「経営発達支援計画」の認定を平成28年4月に経済産業省より受け、2年目となる29年度事業が終了しました。

この事業実績について7月25日（水）に外部評価委員の方から事業評価を受けました（外部評価委員：出雲市商工振興課長 柳楽伸一郎氏、島根県信用保証協会出雲支店長 小野拳氏）。

評価委員の方からは、

- ・経済動向調査においては、金融機関の融資姿勢の動向も確認する必要がある。
- ・バランスシートの改善は困難であり、売上向上などへの支援は数字が上がらず疲弊してしまう。一方で、掛回収や返済の仕方などの改善による資金繰りについては劇的に結果が出ることもあり、その成果が出ることで指導員のやりがいの向上にもつながる。
- ・様々な事業を行うなかで支援件数にとらわれていると感じられる。対象企業の選定をしていないため、対象企業を絞って、金融機関などと連携を行いながら深く支援を行う必要がある。また、優良企業だけでなく、本当に支援が必要な企業を優先して対応を行うべきである。
- ・調査事業が多いため、それぞれの必要性を活かして、取捨選択を行う必要がある。
- ・市の産業支援センターは首都圏でのフェア開催などを行っている実績があり、支援の重複を避けるため内向けは会議所、外向けは産業支援センターとするなど、住み分けをして、産業支援センターを有効活用することを勧める。
- ・保証協会は融資の実施や、中小企業診断士の存在などの強みがあり、会議所と一体となった支援を行うことで負担も軽減でき、会議所独自のメニューなど様々な支援を通じて、互いに良くなることが期待できる。また、そのことを広く周知させることで、多くの支援先を生み、多くの成功体験ができるので連携して支援することを提案する。

との貴重なご指摘をいただきました。

30年度は外部評価も踏まえ、計画的かつ効果的な事業遂行に向け見直しを図り、より有効な成果を得られるよう取組を進めてまいります。

（総合評価は A：大変効果があった B：まあまあ効果があった C：あまり効果がなかった D：全く効果がなかった）

I. 経営発達支援事業

1. 地域の経済動向調査に関する事 総合評価 B

①月例経済動向調査（目標：毎月、60社 ⇒ 実績：毎月、60社）

売上、採算、資金繰り、雇用、在庫、業況について調査し、所報及びHPにおいて業種ごとに分析したコメントとともに、天気図を用いて結果を公表。

②四半期毎経済動向調査（目標：四半期、90社 ⇒ 実績：四半期、90社）

市内4商工団体共同実施で当所管内企業90社。企業からの調査結果に加え、人口、住宅着工件数、有効求人倍率や水道の使用量などの情報も行政や電力会社等から収集し、業種ごとの分析コメントを加え、所報、HPに掲載。

③中心商店街通行量調査（目標：2日 ⇒ 実績：2日）

平日（10月11日・水）と日曜日（11月5日）に中心商店街9箇所です歩行者及び車両の通行量を方向別に人数、台数をカウント。前回調査との比較も併せ、所報において結果を公表するとともに、中心部の商店街に対し情報提供。

④小規模事業者を対象とした景況調査（目標：四半期、60社 ⇒ 実績：四半期、60社）

売上、利益率、採算、資金繰り、従業員数、在庫、前期比、前年同月比、来期の見通しの調査等を聞き取り、

所報及びHPに掲載。事業計画の策定や販路の設定に活用した。

課題と改善点

郵送による景況調査においては、業況変動要因についての記載がやはり少ないため、原因究明が十分にできず、また職員内でも分析が十分でなかった。今後大きな変動については要因確認を行い、職員内での共有を行う。

小規模事業者向けの景況調査では、原則聞き取りを行っているため業況変動要因をより把握できている。事業者には自社の3カ月ごとの状況を確認し、その変動要因を探ったり、消費者嗜好により敏感になってもらうためのツールとなっていることを理解していただき、引き続きの協力を求める。

通行量調査の結果の変動要因については、天候等の理由も想定され、大きな要因以外は特定できかねる状況にはある。

2. 経営状況の分析に関すること 総合評価 B

①経営状況の分析（目標：120件 ⇒ 実績：108件）

補助金申請や金融支援、専門家派遣時等に、経営自己分析システムや日本政策金融公庫財務診断ソフト等を活用して実施。

②経営分析セミナーの開催（目標：2回 ⇒ 実績：1回）

「基礎から分かる！決算書の授業」 日時：平成30年1月18日（木）午後2時～4時30分 講師：アルト経営パートナー(株) 代表取締役 加藤敦子氏 受講者数：50名 内容：数字から見えてくる課題と改善点

課題と改善点

経営分析については、経営計画の策定、専門家派遣時、融資等に際して実施。時間の制約のなかで、簡易な分析に止まることもあるが、必要性の高い案件においては深い分析を行っていく。

3. 事業計画策定支援に関すること 総合評価 B

①事業計画策定支援（目標：105件 ⇒ 実績：77件）

補助金申請、事業承継、経営革新、経営改善計画等の策定支援

②小規模事業者経営発達支援融資制度の活用（実績：なし）

③事業計画策定研修会の開催（目標：2回 ⇒ 実績：1回）

(i) 経営計画策定セミナー「経営計画策定の基本とポイント」

日時：11月24日（月）午後2時～4時30分 講師：(株)経営科学研究所代表取締役 中小企業診断士 初鹿野浩明氏 受講者数：20名 内容：経営計画の重要性、基本戦略の策定方法、成長戦略の策定方法、機能別戦略の策定方法

④中小企業大学校研修受講料補助

小規模事業者1社（中小企業10社、16回）

⑤経営革新塾（目標：1回 ⇒ 実績：1回）

日時：11月6日（月）～12月11日（月） 計6回 午後6時30分～9時 講師：中小企業大学校講師 藤田悠久雄氏 受講者数：11名

⑥経営革新支援者数（目標：15社 ⇒ 実績：小規模事業者3社+中小企業者2社）

⑦創業支援者数（目標：15者 ⇒ 実績：43者、創業者数18者）

課題と改善点

計画策定については、持続化補助金公募回数の減少に伴う案件減少もあり計画を大きく下回った。経営計画の策定先についてはその掘り起しが課題となっており、経営計画セミナー等により経営計画策定の必要性を周知し、意欲ある事業者を掘り起し、より指導員がかかわりを持ちながら計画策定の支援を行っていく必要がある。事業承継計画は国の重点課題ともなっており、この分野での策定増加を事業承継推進員とともに進めていく。

中小企業大学校への派遣補助については、時間的な制約により小規模事業者の利用が少ないが、よりP

Rに努め利用を促進していく。

4. 事業計画策定後の実施支援に関すること 総合評価 C

(目標：105社、420回 ⇒ 実績：69社、292回)

課題と改善点

計画策定後のフォローアップについては、数字的な結果はすぐには出にくい面があり、進捗状況の確認が中心となっている。また事業者が最新の試算表を用意できないこともあり、迅速な、売上、収支等の数字的な把握は困難となっている

専門家指導による経営計画であっても結果が出ないこともあり、専門家を何度も派遣することはできないため、その後の支援は指導員対応となるが、その際の改善策の知識が不足している（PDCAのAによる改善が困難）。そのため、指導員の、売上拡大策の提案という難しい支援力の向上が不可欠であり、指導員会議の充実を図る。

5. 需要動向調査に関すること 総合評価 B

①島根県商勢圏実態調査（買物動向調査）

3年に1回の実施。29年度は実施なし。

②マーケティング調査（目標：400件 ⇒ 実績：351件）

実施日：11月3日（金・祝）、4日（日）（いずれも産業未来博会場）

買物をする中小店の種類とその理由、飲食店や理美容店を選ぶ理由、SNSの情報を参考とする程度、発信度合、中心商店街での買い物状況、今後高額な消費をすると考えているもの等について聞き取り調査を行い、結果を所報、HPで公表し、相談対応時に消費者嗜好を踏まえた取り組みを促した。

③経済誌等を活用した情報の提供

ヒットしている商品や伸びているサービス等小規模事業者にとって有益と思われる情報を整理提供 2回

課題と改善点

一定の調査を実施し、相応の結果は得られ、公表を行っているが、事業者に決定的な好情報として活用されているかについては難しい。個社支援により有効なデータ収集に一層努めていく。

6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること 総合評価 B

①「夢フェスタ in 이즈も」への出展支援

実施日：10月7日（土）、8日（日） 実施場所：パルメイト出雲前 出展企業：4社

効果：普段来店されない消費者に自社の商品広くPRができ、顧客が商品のどんな特性を重視しているかなどのニーズ聞き取りもできた。

②「이즈も産業未来博」への出展支援

実施日：11月3日（金・祝）、6日（土） 実施場所：出雲ドーム「이즈も産業未来博」会場 出展企業：4社

効果：普段来店されない消費者に自社の商品広くPRができ、顧客に伝えるべき商品、サービス特性の説明方法等についても気づきが得られた。

③中海・宍道湖・大山圏域ものづくり連携事業 ビジネスマッチング商談・展示会への出展勧奨

とき：11月21日（火） ところ：米子コンベンションセンターBiGSHiP 出展社数：小規模事業者5社

目的：ものづくり企業を中心とした企業間の取引拡大、連携強化

④山陰いいものマルシェへの出展勧奨

とき：9月18日（月・祝） ところ：える・もーる一番街周辺 出展社数：小規模事業者3社

⑤地域資源を活用した新商品開発と販路拡大支援

ナチュラルローソン商談会の開催

とき：7月13日（木）、14日（金） 出展社数：小規模事業者6社

<p>課題と改善点</p>
<p>各種事業を通じて、新たな消費者に対し広報ができた、異業種交流ができたなど参加者からは好評価は得られた。具体的に販路開拓につながった例もあり、今後も小規模事業者の販路開拓に向け事業を行っていく。</p>
<p>Ⅱ. 地域経済の活性化に資する取組 総合評価 B</p>
<p>① 「食べるお守り」シリーズ第2弾を開発、販売 平成27年に地域力活用新事業∞全国展開プロジェクトで取り組んだ「出雲“薬草×美活”プロジェクト」食べるお守り第2弾として、「アカメガシワ入りクッキー」と「はとむぎ入りクッキー」を開発し、ナチュラルローソンで販売した。</p> <p>② 「出雲グルメマップ（広域版）」の増刷 駅、観光施設、ホテル等に設置。観光客等の誘客に努めた。</p> <p>③ 中心商店街ホームページのリニューアル 商店街の個店の魅力を発信するために商店街の若手グループと協働で取材・撮影等を行い、中心商店街のホームページに新規37店舗の個店ページを作成・掲載した。</p> <p>④ 「2017 出雲そば旅」を開催 とき：平成29年10月28日（土）～平成30年3月31日（土） 内容：そば店舗周遊事業、そば打ち体験事業、誘客事業、情報発信事業等（そば店を食べ歩いてスタンプを集めて応募するイベントには320名の応募）</p> <p>⑤ まちゼミの開催（目標：2回 参加店舗60社 受講者1000人 ⇒実績：1回 参加店舗41社 受講者303人） 開催期間：6月25日（日）～7月22日（土） 開催講座数：43講座（カラダがよるこぶ玄米レッスン、癒しのヘッドスパ など） 参加者の98%が大満足、あるいは満足と回答し、参加店においても、店舗の次回イベントのフライヤーを渡したことで再来店につながったとの効果もあった。</p>
<p>課題と改善点</p>
<p>薬草を活用した新商品開発では、食べるお守りシリーズ第2弾の開発ができ、一つの成果が出せた。 まちゼミはマンパワー、予算の面で1回の開催であるが、年々受講者数が増えており、地道ながらも効果を感じている企業が多く、次年度も参加店、参加者数の拡大を目指していく。</p>
<p>Ⅲ. 経営発達支援事業の円滑な実施に向けた支援力向上のための取組</p>
<p>1. 他の支援機関との連携を通じた支援ノウハウ等の情報交換に関する取組 総合評価 C</p>
<p>① 各種説明会への参加による、支援策の内容・要件等の情報収集。計10回 ② 商工団体等の会議における支援課題・事例等の情報収集・共有 計14回 ③ 日本公庫、信用保証協会との情報交換会 計4回</p>
<p>課題と改善点</p>
<p>各種制度の情報収集は行うことができたが、支援課題、支援事例の情報共有は十分ではなかった。県下商工会議所において経営改善好事例の情報交換に努めていく。</p>
<p>2. 経営指導員等の資質向上等に関する取組 総合評価 B</p>
<p>① 島根県経営指導員等研修会、日本商工会議所セミナー等への参加 延べ参加者数29名 ② 専門家派遣時の同席による支援ノウハウの蓄積 専門家派遣時における 同席社数 68社 ③ 職員向け経営計画策定セミナー 日時：10月31日（火）午後5時30分～8時 受講者数：16名 講座内容：売上拡大の考え方、購買単価を上げる、顧客流出を減らす、購買頻度を上げる、購買点数を増やす、顧客を増やす</p>

④朝礼時の研修会報告 毎週開催

課題と改善点

各種研修会への積極的な参加により支援能力の向上に努めた。指導員のミーティングは必要に応じて個別案件に対し協議を行ったが、30年度は毎週一定程度の時間を確保し、担当事業所の状況にかかる情報交換、支援策の検討、成功事例の共有を行う。また、PDCAを回せる知識の向上に一層努めていく。